

DISERTASI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PT. INTRACO PENTA WAHANA
CABANG SURABAYA**



Oleh:

AMELIA POETRI NAINGGOLAN
NIM : 12619000003

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

DISERTASI





**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PT. INTRACO PENTA WAHANA
CABANG SURABAYA**








Oleh:

AMELIA POETRI NAINGGOLAN
NIM : 12619000003

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PT. INTRACO PENTA WAHANA
CABANG SURABAYA**



TESIS

**Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen
Dalam Program Studi Magister Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**



Oleh:



AMELIA POETRI NAINGGOLAN
NIM : 12619000003



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

TESIS

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. INTRACO
PENTA WAHANA CABANG SURABAYA**

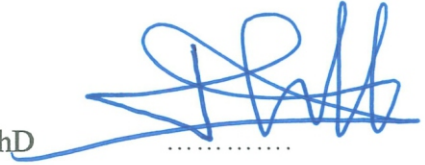
Diajukan oleh:

AMELIA POETRI NAINGGOLAN
NIM: 12619000003

Disetujui untuk diuji:

Surabaya, 30 Januari 2021

Dosen Pembimbing I : Muhammad Sihab, Mec, PhD



Dosen Pembimbing II : Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si



TESIS

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. INTRACO PENTA WAHANA CABANG SURABAYA

Diajukan oleh:

AMELIA POETRI NAINGGOLAN

NIM: 12619000003

Telah dipertahankan didepan Tim penguji dan dinyatakan lulus pada ujian Tesis program studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal 30 Januari 2021

Tim Penguji

Ketua : Dr. Murgianto, M.S

Anggota : Dr. I Dewa Raka Ketut Ardana, M.M

Anggota : Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si

Handwritten signatures of the examiners:
1. Murgianto (initials)
2. I Dewa Raka Ketut Ardana
3. Ec. Endah Budiarti

Dekan



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

NPP:20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amelia Poetri Nainggolan

NBI : 12621900003

Program Studi : Magister Manajemen

Menyatakan bahwa disertasi yang saya buat dengan judul:

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. INTRACO PENTA WAHANA CABANG SURABAYA”

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya yang lain. Sepengetahuan saya didalam makalah disertasi ini, tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata terdapat plagiasi, saya bersedia disertasi ini dapat digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh dibatalkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Surabaya, 30 Januari 2021



Amelia Poetri Nainggolan



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amelia Poetri Nainggolan
NIM : 12621900003
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Karya : Tesis

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive)* karya ilmiah saya yang berjudul

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. INTRACO PENTA WAHANA CABANG SURABAYA”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 30 Januari 2021

Yang menyatakan

Amelia Poetri Nainggolan

ABSTRACT

The level of intense competition between companies causes companies to really think about the right strategy in dealing with this competition by looking for creative and innovative solutions in order to win the competition. This study aims to prove and analyze the effect of service quality, price, and promotion on repurchase decisions with customer satisfaction as an intervening variable.

This research is categorized as explanatory research, that is, using a casual research between variables through hypothesis testing using saturated sample techniques, because all members of the population are studied. Data collection is using questionnaires, interviews and observation. Data collection took place in 2020 and subsequently analyzed technique used Partial Least Square (PLS). The research object is customers PT. Intraco Penta Wahana Office as the heavy construction equipment branch Surabaya in East Java.

The results in this study show that: (1) service quality has a positive but not significant effect on customer satisfaction; (2) service quality has a positive and significant effect on repurchase decisions; (3) parga has a negative but significant effect on customer satisfaction; (4) price has a negative but significant effect on repurchase decisions; (5) promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction; (6) promotion has a positive and significant effect on repurchase decisions; (7) customer satisfaction has a positive but not significant effect on Repurchase decisions.

Keywords: Service Quality, Price, Promotion, Costumers Satisfaction, Repurchase Decisions.

ABSTRAK

Tingkat persaingan yang ketat antara perusahaan menyebabkan perusahaan harus benar-benar memikirkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan tersebut dengan mencari solusi yang kreatif dan inovatif agar dapat memenangkan persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, promosi terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*.

Penelitian ini di kategorikan sebagai penelitian eksplanatori (*explanatory research*) yaitu menggunakan suatu penelitian kasual (*casual research*) antar variabel melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik sampel jenuh, karena seluruh anggota populasi diteliti. Pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner dan wawancara serta observasi. Pengumpulan data dilakukan pada tahun 2020 dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teknik *Partial Least Square (PLS)*. Sedangkan obyek penelitian adalah pelanggan PT. Intraco Penta Wahana sebagai distributor alat berat cabang Surabaya Jawa Timur.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Kualitas Layanan berpengaruh Positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; (2) Kualitas Layanan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang; (3) Harga berpengaruh negatif namun signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; (4) Harga berpengaruh negatif namun signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang; (5) Promosi berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; (6) Promosi berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang; (7) Kepuasan Pelanggan berpengaruh Positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian ulang.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian Ulang.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Alhamdulillah. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhana Wa Ta'ala karena hanya dengan rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan Tesis dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Intraco Penta Wahana Cabang Surabaya”. Penulisan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Muhammad Sihab, Mec, Ph.D, selaku Kaprodi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan sekaligus Dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan, dukungan motivasi, saran dan bimbingannya kepada penulis dalam penelitian ini sampai akhir penulisan.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si, selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan dukungan motivasi dan banyak masukan untuk berbagai kesalahan penulis, dan selalu membimbing penulis dalam penelitian ini sampai akhir penulisan.
3. Bapak Dr. H. Mulyanto Nugroho, MM, CMA, CPA. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas ketulusan hatinya yang telah memberikan motivasi, bimbingan dan arahan dari awal perkuliahan hingga akhir penulisan tesis ini.
4. Bapak Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si, Ak, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas ketulusan dan kesabarannya yang telah memberikan motivasi, bimbingan dan arahan dari awal perkuliahan hingga akhir penulisan tesis ini.
5. Para Dosen Pogram Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah mendukung dan memberikan pengembangan ilmu dan wawasan kepada penulis.
6. Bapak Bayu selaku kepala cabang PT. Intraco Penta Wahana Cabang Surabaya (INTA Group) dan Bapak Koewatno selaku Dept. Head Marketing yang telah memberikan izin kepada penulis mengadakan penelitian di PT. Intraco Penta Wahana Cabang Surabaya telah banyak membantu dan memberi dukungan dalam penulisan tesis ini.
7. Ketiga orangtua saya L. Nainggolan, J. Br. Lumbanbatu (Alm), Emmi Rinawan Sitohang. Serta keluarga besar semuanya.

8. Kepada suami saya dr. Arif Dharmawan, SpB yang telah mendukung saya moral moril, mendoakan saya di akhir penyelesaian tesis ini.
9. Bang Eli Mual Parasian Lumbanraja, Bang Chandra Gunawan Munthe, Kakak Seprianus Kidding telah banyak mendukung penulis .
10. Ibu Riris Ustadzah saya, tante Tina, Thamy dan seluruh keluarga/tetangga di Rusunawa Bulusidokare Sidoarjo atas ketulusan hati, ikhlas Lillahi Ta'ala mendoakan saya mensupport penulis selama masa perkuliahan sampai akhir dari penulisan tesis ini, penulis banyak berterima kasih atas dukungannya.
11. Neri, Andi, Udin, Icha, Vio, Taufik, Dani, Emil Emilda, Bima, Pak Titus dan segenap sahabat Magister Manajemen Angkatan-51 yang selalu saling support sejak awal perkuliahan hingga akhir penulisan tesis ini.
12. Penulis mengaturkan banyak terima kasih atas segalanya kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungannya, semoga kebaikan Bapak/Ibu/Saudara di balaskan oleh Allah Subhanahu Wa Ta'ala.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini masih belum sempurna. Oleh sebab itu saran dan kritik yang membangun sangat di harapkan untuk penelitian lanjutan di masa mendatang. Akhir kata, semoga Tesis ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan pengembangan ilmu pengetahuan, Aamiin Allahumma Aamiin.

Surabaya, 20 Januari 2021

Amelia Poetri Nainggolan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENETAPAN TIM PENGUJI	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran	11
2.1.3 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>).....	12
2.1.4 Harga (<i>Price</i>)	19
2.1.5 Promosi (<i>Promotion</i>).....	26
2.1.6 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	29
2.1.7 Keputusan Pembelian Ulang	37
2.2 Penelitian Terdahulu	44
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN...	45
3.1 Kerangka Konseptual	45
3.2 Hipotesis Penelitian.....	46

BAB IV METODE PENELITIAN	47
4.1 Rancangan Penelitian	47
4.2 Subyek Penelitian.....	48
4.2.1 Populasi Penelitian	48
4.2.2 Sampel Penelitian.....	48
4.3 Variabel Penelitian	49
4.4 Instrumen Penelitian.....	54
4.5 Teknik Pengukuran	57
4.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	57
4.7 Jenis dan Sumber Data	57
4.8 Teknik Pengumpulan Data	58
4.9 Teknik Analisis Data.....	59
4.10 Uji Hipotesis	60
BAB V ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
5.1 Gambaran Objek Penelitian.....	65
5.2 Deskriptif Hasil Penelitian.....	69
5.2.1 Gambaran Karakteristik Responden	69
5.2.2 Gambaran Jawaban Responden.....	70
5.2.3 Uji Instrumen Kuesioner	76
5.3 Analisis Data dan Interpretasi.....	82
5.3.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	82
5.3.2 Evaluasi inner model	89
5.4 Pembahasan	95
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN	101
6.1 Kesimpulan.....	101
6.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	111

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Sebaran perusahaan yang bergerak di bidang konstruksi dan alat berat	2
Tabel 2 1 Dimensi dan Atribut Model SERVQUAL	15
Tabel 2 2 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel	52
Tabel 4. 2 Desain Kuesioner	54
Tabel 4. 3 Skala Likert	57
Tabel 4. 4 Rule of Thumb Validitas Outer model Reflektif	61
Tabel 4. 5 Rule of Thumb Reliabilitas Outer Model Reflektif	62
Tabel 4. 6 Rule of Thumb Reliabilitas Outer Model Reflektif	63
Tabel 4. 7 Rule of Thumb Inner Model	63
Tabel 4. 8 Rule of Thumb Uji Hipotesis	64
Tabel 5. 1 Obyek Penelitian	66
Tabel 5. 2 Usia Responden	69
Tabel 5. 3 Jabatan Responden	69
Tabel 5. 4 Frekuensi Pembelian Responden	70
Tabel 5. 5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan	71
Tabel 5. 6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Harga	72
Tabel 5. 7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Promosi	73
Tabel 5. 8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	74
Tabel 5. 9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Ulang ..	75
Tabel 5. 10 Outer Loading Kuesioner Dengan Uji Validitas	76
Tabel 5. 11 Cronbach's Alpha	71
Tabel 5. 12 Result For Outer Loadings	83
Tabel 5. 13 Hasil Average Extracted (AVE) Variabel	85
Tabel 5. 14 Cross Loading	85
Tabel 5. 15 Composite Reliability	89
Tabel 5. 16 Nilai R Square	89
Tabel 5. 17 Path coefficient / Hasil Pengujian Hipotesis	91
Tabel 5. 18 Hubungan Variabel	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Volume Penjualan PT. Intraco Penta Wahana Tahun 2015-2019	2
Gambar 2.1 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian	38
Gambar 2.2 Tahapan dalam Proses Pengambilan Keputusan oleh Konsumen dan Proses Psikologi Internal yang Relevan	39
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	45
Gambar 5. 1 <i>Output Koefisiens Jalur/Model Algorithm 1</i>	82
Gambar 5. 2 <i>Output T-Statistik/Model Bootstrapping</i>	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	111
Lampiran 2 Data Penelitian	117
Lampiran 3 Mapping Penelitian Terdahulu.....	131
Lampiran 4 Statistik Deskriptif	149
Lampiran 5 validitas	154
Lampiran 6 Reliabelitas	159
Lampiran 7 Output PLS	179